

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกอัญมณี และเครื่องประดับของไทยไปยังตลาดประเทศสวิตเซอร์แลนด์

ผู้เขียน นางสาวชยาน์ ธนาธร จงกะลิกิจ

ปริญญา เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

อ.ดร. อนันตปรีชีย์ ไชยวรรณ

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

อ.ดร. ชัยวัฒน์ นิ่มอนุสรณ์กุล

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปยังประเทศสวิตเซอร์แลนด์มีวัตถุประสงค์ของการศึกษา 3 ประการ คือ หนึ่งเพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ และสถานการณ์การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปยังตลาดประเทศสวิตเซอร์แลนด์ สองเพื่อศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเครื่องประดับและอัญมณีของไทยไปยังตลาดประเทศสวิตเซอร์แลนด์ โดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่สำคัญและสามเพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปยังตลาดประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ซึ่งทำการวิเคราะห์โดยใช้ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏหรือค่าอาร์ซีเอร่วมกับส่วนแบ่งทางการตลาด ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาจากฐานข้อมูล โกลบอลเทรดแอทลาส ตั้งแต่ปี พ.ศ.2544-2553 รวมจำนวน 10 ปี

จากการศึกษาสภาพทั่วไปของอุตสาหกรรมและสถานการณ์การส่งออกของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทย พบว่าสถานการณ์การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปยังประเทศสวิตเซอร์แลนด์นั้น มีแนวโน้มอัตราการขยายตัวที่ลดลง โดยเฉพาะเครื่องประดับแท้ และรัตนชาติและกึ่งรัตนชาติ

การศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบโดยการนำค่าอาร์ซีเอและส่วนแบ่งการตลาดที่ได้ นำไปเปรียบเทียบระหว่างกันกับประเทศคู่แข่งอื่น ซึ่งหากค่าที่ได้มีค่ามากกว่าหนึ่งแสดงว่ามีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ แต่หากค่าที่ได้น้อยกว่าหนึ่งแสดงว่าไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ และนำค่าที่ได้มาเรียงลำดับกัน พบว่าประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและส่วนแบ่งทางการตลาดในการส่งออกมากที่สุดคือประเทศเวียดนาม มีความสามารถในการแข่งขันที่สูงและมีแนวโน้มที่จะครองตลาดได้มากในอนาคต รองลงมาเป็น ประเทศฝรั่งเศสไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและมีความสามารถในการแข่งขันและส่วนแบ่งการตลาดที่ค่อนข้างทรงตัว มีแนวโน้มในการครองตลาดที่ค่อนข้างคงที่ ถัดมาเป็นประเทศสหรัฐอเมริกาไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ และมีความสามารถในการแข่งขันและส่วนแบ่งการตลาดที่ค่อนข้างคงที่โดยลดลงเล็กน้อยและมีแนวโน้มที่จะครองตลาดได้ในสัดส่วนที่ค่อนข้างคงที่โดยลดลงเล็กน้อยเช่นเดียวกัน ประเทศเยอรมนีไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและมีความสามารถในการแข่งขันที่น้อยเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่นและมีส่วนแบ่งการตลาดที่ค่อนข้างคงที่ มีความสามารถในการครองตลาดที่ค่อนข้างคงที่ ส่วนประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและมีความสามารถในการแข่งขันที่น้อยเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่น มีส่วนแบ่งการตลาดที่น้อยที่สุด และมีแนวโน้มที่จะครองตลาดได้ลดลง

ทางด้านปัญหาและอุปสรรคของการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย เป็นดังนี้ การปรับตัวขึ้นของราคาวัตถุดิบทองคำและเงินซึ่งมีความผันผวนขึ้นลงสูง และส่งผลกระทบต่อต้นทุนในการผลิต ภาวะการชะลอตัวทางเศรษฐกิจและปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ซึ่งส่งผลกระทบต่ออุปสงค์ในการบริโภคสินค้า ปัญหาค่าเงินบาทที่ยังคงมีแนวโน้มแข็งค่าขึ้นมากกว่าประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคเดียวกันที่เป็นคู่แข่ง ซึ่งส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันด้านราคาสินค้าของประเทศไทย และส่งผลต่อผู้ส่งออกสินค้า

Independent Study Title An Analysis of Comparative Advantage of Thai Jewelry and Accessories Export to Switzerland

Author Miss Taya Tanatorn Jongkasikit

Degree Master of Economics

Independent Study Advisory Committee

Lect. Dr. Anaspree Chaiwan Advisor

Lect. Dr. Chaiwat Nimanussornkul Co-advisor

ABSTRACT

An analysis of the revealed comparative advantage of Thai jewelry and accessories exports to Switzerland has three purposes: studying the general condition of the jewelry and accessories in the export industry in Thailand; studying the comparative advantage in exporting of Thai jewelry and accessories to markets in Switzerland; and studying the problems and barriers to exporting Thai jewelry and accessories to markets in Switzerland. This analysis used an index value advantage by revealing the comparative advantage or RCA with the market share, using quantitative data from the Global Trade Atlas database over 10 years (2544-2553).

From the study of the general condition of the industry and the export situation of jewelry and accessories in Thailand, the growth rate situation of exports to Switzerland, after deducting the unformed gold and semi-finished gold, tended to be decreasing.

In addition, the study of comparative advantages, using the results of RCA and market share, compared this with other countries as competitors. If the result was more than one, there was a comparative advantage, whereas, if the result is less than one, there was no comparative

advantage. Then, setting the result in chronological order, the situation analysis of the Thai jewelry and accessories exporting to Switzerland found that the country which had the most comparative advantage and market share in the export was Vietnam. This is because Vietnam has the competitive edge and eventually Vietnam dominate the market. France has no a comparative advantage but has a stable the competitive ability and market share. In addition, the United States also had no a comparative advantage and the ability to compete and market share was slightly decreased. Moreover, the ability to dominate the market was gradually reduce. Germany, also had no comparative advantage and the ability to compete was less when compared with other competitors, but they constantly had the ability to dominate the market. Furthermore, Thailand also had no comparative advantage, had a minimum of competition when compare with other competitors, a lower market share and tended to decreased dominate the market.

Besides, a problem and barrier to exporting Thai jewelry and accessories was the rising prices of the raw materials: such as gold and silver, which has high level of fluctuation that effects the production costs; slowing economic conditions; and the increasing economic crisis in the country's trading partners which, in turn, affects the demand for the consumption of goods. Moreover, the problem of the rate of Thai baht tends to continue rising more than any other countries in the same region, which affects the ability to compete in the cost and export of the product in Thailand.